

# Marketing a obchod

Vygenerováno: 13. 3. 2026

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>Fakulta</b>                       | Ekonomická fakulta  |
| <b>Typ studia</b>                    | navazující magisterské  |
| <b>Jazyk výuky</b>                   | čeština   |
| <b>Kód programu</b>                  | N0414A050001  |
| <b>Název programu</b>                | Marketing a obchod  |
| <b>Standardní délka studia</b>       | 2 roky  |
| <b>Garantující katedra</b>           | Katedra marketingu a obchodu  |
| <b>Garant</b>                        | doc. Ing. Šárka Velčovská, Ph.D.  |
| <b>Oblasti vzdělávání (zaměření)</b> | Ekonomické obory  |
| <b>Klíčová slova</b>                 | obchodní strategie, marketing a obchod, mezinárodní marketing, produktový management, digitální marketing |

## O studijním programu

Steve Jobs řekl: „Prodávejte sny, ne produkty“. Přesvědčit zákazníka o tom, že daný produkt naplňuje jeho potřeby, patří mezi základní marketingové a obchodní aktivity. Díky programu Marketing a obchod proniknete do myšlení zákazníků, pochopíte jejich potřeby a naučíte se promítnout je do praxe – ať už v pozicích marketingových nebo obchodních manažerů společností působících na českém, mezinárodním i globálním trhu.

Magisterský program Marketing a obchod navazuje na bakalářské studium a pomůže vám prohloubit znalosti, které využijete pro marketingové ovlivňování trhu a úspěšnou realizaci obchodních aktivit. Poznáte blíže obsah marketingového řízení, a to i na mezinárodní úrovni. Získáte dobrý přehled o marketingu na business trzích i v digitálním prostředí, včetně marketingu využívajícího sociální média.

Jaké předměty vás čekají?

- Marketingové řízení
- Produktový management
- Digitální marketing
- Řízení nákupu
- Obchodní operace se zahraničím

## Profese

- Manažer ve firmách, poradenských institucích, neziskových organizací apod.
- Manažer na středním stupni řízení
- Account manager v reklamní agentuře
- Manažer v marketingovém nebo obchodním oddělení společnosti
- Account manager ve výzkumné agentuře
- Content manager pro webové stránky
- Online marketingový specialista
- Manažer v maloobchodní jednotce (hypermarket, supermarket)
- Manažer zahraničního obchodu
- Marketingový manager ve veřejných institucích
- Marketingový specialista

## Dovednosti

- Znalost klíčových slov pro SEO, content marketing, PPC
- Tvorba marketingové strategie a marketingového plánu
- Použití sociálních médií pro budování konkurenční pozice
- Znalost pokročilých statistických metod pro marketingový výzkum
- Znalost sociálních médií
- Znalost marketingových nástrojů na business trzích
- Analytické dovednosti
- Znalost marketingové strategie pro vstup nového produktu na trh
- Analýza marketingového prostředí na domácích i mezinárodních trzích
- Tvorba a vyhodnocení kampaní v online prostředí
- Znalost moderních nástrojů pro online marketing
- Znalost strategie pro vstup na zahraniční trh
- Znalost obchodní strategie a obchodního plánu
- Tvorba strategie značky a analýza úspěšnosti značky
- Tvorba operací na zahraničních trzích
- Řešení obchodních případů se zahraničím

## Uplatnění absolventa

Studium je zaměřeno a profilováno s ohledem na uplatnění absolventů v českých i mezinárodních výrobních a obchodních společnostech, v obchodních centrech, v reklamních, mediálních nebo výzkumných agenturách, ve veřejných institucích a společnostech zabývajících se digitálním marketingem a sociálními médii. Absolvent studijního programu Marketing a obchod může vykonávat tyto typické pracovní pozice:

- manager v marketingovém oddělení společností na českém, mezinárodním i globálním trhu,
- manager v obchodním oddělení společností na českém, mezinárodním i globálním trhu,
- product (brand) manager,
- nákupní manager ve výrobní nebo obchodní společnosti,
- analytik v reklamní agentuře, • analytik ve výzkumné agentuře,
- analytik v mediální agentuře,
- nákupčí v mediální agentuře, • analytik sociálních médií,
- webový analytik,
- SEO konzultant,
- PPC specialista.

## Cíle studia

Cílem navazujícího magisterského studijního programu Marketing a obchod je připravit kvalifikované odborníky, kteří budou schopni vykonávat analytické činnosti a manažerské funkce v oblasti marketingu a obchodu na úrovni vrcholového a středního stupně řízení podniků a institucí a vysoce specializované činnosti v rámci marketingových agentur. Základ při formování odbornosti absolventa tvoří znalosti ekonomie, matematicko-statistických metod, strategického managementu a marketingového řízení. Tento základ je dále rozvíjen v odborných předmětech profilujícího základu. Ve spolupráci s praxí jsou teoretické poznatky v průběhu studia aplikovány na situacích z reálného prostředí.

## Odborné znalosti absolventa

Obsahem studia je zejména získání odborných znalostí v oblastech: marketingového řízení, obchodních strategií, mezinárodního marketingu, business marketingu, digitálního marketingu, marketingového výzkumu, produktového managementu, obchodních operací na zahraničních trzích.

## Odborné dovednosti absolventa

Obsahem studia je získání odborných dovedností v oblastech:

- tvorba marketingové strategie a marketingového plánu,
- sestavení obchodní strategie a obchodního plánu,
- analýza marketingového prostředí na domácích i mezinárodních trzích,
- formulace strategie pro vstup na zahraniční trh,
- provádění operací na zahraničních trzích,
- aplikace marketingových nástrojů na business trzích,
- vývoj a uvedení nového výrobku na trh,
- vytvoření strategie značky a analýza úspěšnosti značky,
- tvorba a vyhodnocení kampaní v on-line prostředí,
- analýzy klíčových slov pro SEO, content marketing, PPC
- aplikace pokročilých statistických metod pro marketingový výzkum,
- použití sociálních médií pro budování konkurenční pozice.

## Obecné způsobilosti absolventa

Absolvent studijního programu Marketing a obchod je vybaven znalostmi pokročilých ekonomických teorií (makroekonomie, mikroekonomie), odbornými znalostmi pro provádění marketingových a obchodních činností (analýzy tržní situace, stanovení vhodné marketingové a obchodní strategie, aplikace marketingových nástrojů a obchodních praktik na různých typech trhů, včetně mezinárodních), znalostmi náročnějších statistických metod pro analýzu dat a komunikačními dovednostmi. Je schopen analyzovat problém, navrhnout řešení a prezentovat řešení. Dokáže vést ústní a písemnou komunikaci v českém i anglickém jazyce.

## Studijní plány

- forma prezenční (cs)